

Министерство науки и высшего образования РФ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Б1.О.04 Маркетинговые исследования в области
инновационных технологий производства пищевой
продукции

наименование дисциплины (модуля) в соответствии с учебным планом

Направление подготовки / специальность

19.04.04 Технология продукции и организация общественного питания

Направленность (профиль)

19.04.04.01 Новые пищевые продукты для рационального и
сбалансированного питания

Форма обучения

очная

Год набора

2021

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Программу составили _____

_____ канл. техн. наук, Доцент, Марченкова Светлана Георгиевна

_____ должность, инициалы, фамилия

1 Цели и задачи изучения дисциплины

1.1 Цель преподавания дисциплины

ознакомление студентов с основными понятиями и методами исследования маркетинга; роли маркетинга и маркетинговой стратегии в рыночной экономике и управлении производством. Развитие у студентов рыночного мышления и умения применять полученные в области исследования маркетинга знания в практической деятельности на производствах пищевой продукции

1.2 Задачи изучения дисциплины

- Изучить возможности использования маркетинговых исследований как управленческой концепции на предприятии пищевой продукции
- Отработка знаний, умений и навыков по исследованию возможностей развития предприятия, исследование и оценка маркетинговой среды предприятия
- объяснить, каким образом маркетинг влияет на результатные показатели деятельности компаний
- изучить методики оценки эффективности маркетинга в компании
- выработать умение самостоятельно разрабатывать планы маркетинга и оценивать их эффективность

1.3 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Запланированные результаты обучения по дисциплине
ОПК-1: Способен разрабатывать эффективную стратегию, инновационную политику и конкурентоспособные концепции предприятия	
ОПК-1.1: Применяет методы организационного проектирования предприятий общественного питания	сущность, содержание, функции маркетинговой деятельности и сущность, содержание, функции маркетинговой деятельности и методы исследования рынка общественного питания исследования рынка общественного питания навыками обеспечения процесса обслуживания общественного питания с учетом требований потребителей и его изучения

ОПК-1.2: Разрабатывает конкурентоспособные концепции предприятий	осуществлять поиск, выбор и применение новой информации в области индустрии питания и гостеприимства для развития
общественного питания, направленных на формирование и поддержку их имиджа	конкретного предприятия; проводить обоснование и расчеты прибыли и затрат в рамках запланированного объема выпуска продукции питания. выявлять, анализировать и формировать спрос на услуги общественного питания; проводить сегментацию рынка; навыками определения базовых элементов комплекса маркетинга в формировании маркетинговых программ
ОПК-1.3: Разрабатывает эффективную стратегию и инновационную политику деятельности предприятий общественного питания различных типов	критерии и показатели оценки конкурентоспособности продукции и услуг общественного питания; планировать маркетинговые мероприятия, в том числе составлять календарно-тематические планы проведения маркетинговых мероприятий, методикой оценки текущего состояния предприятия, на основе которой проводить обоснование базовых стратегий маркетинга в рамках выпуска продукции питания;
ОПК-1.4: Разрабатывает, внедряет и управляет эффективными формами обслуживания на предприятиях общественного питания	основные параметры оценки конъюнктуры рынка продовольственного сырья (соотношение спроса и предложения, сформировавшиеся, наметившиеся или изменившиеся тенденции развития рынка, уровень устойчивости или колебаний основных параметров рынка), выбирать и применять маркетинговые коммуникации для формирования спроса на услуги общественного питания и стимулирования их сбыта;
ПК-1: Способен проводить научно-исследовательские работы, патентные и маркетинговые исследования с целью поиска и разработки новых эффективных прогрессивных технологий и новой продукции общественного питания массового изготовления и специализированных пищевых продуктов	

ПК-1.2: Применять результаты маркетинговых исследований, статистические методы	методики оценки информации разрабатывать анкеты и опросные листы;
обработки экспериментальных данных при проведении научных исследований в области производстве продукции общественного питания массового изготовления и специализированных пищевых продуктов	
УК-1: Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	
УК-1.1: Анализирует проблемную ситуацию как систему, выявляя ее составляющие и связи между ними	источники и критерии отбора маркетинговой информации; участвовать в проведении маркетинговых исследований рынка;
УК-1.2: Разрабатывает и содержательно аргументирует стратегию решения проблемной ситуации на основе системного и междисциплинарного подходов	выбирать, определять и анализировать показатели конкурентоспособности (качество, цену), навыками проведения маркетинговых исследований товарных рынков, пищевого сырья, продукции; навыками использования результатов маркетинговых исследований для разработки предложений по выбору поставщиков для предприятий общественного питания.
УК-6: Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	
УК-6.1: Определяет приоритеты профессионального роста и способы совершенствования собственной деятельности на основе самооценки	методы анализа реализованного спроса на продукцию производства предприятия питания, методы оценки эффективности маркетинговых мероприятий по продвижению продукции на рынок.. обосновывать целесообразность применения средств и методов маркетинга, выбирать и использовать наиболее рациональные из них, давать свои предложения при разработке

УК-6.2: Выстраивает гибкую профессиональную траекторию, используя инструменты непрерывного образования	основные цели, задачи, принципы и методы проведения маркетинговых исследований, направленных на определение потребностей целевой аудитории рынка общественного питания, выбор поставщиков пищевого сырья и их предложений, а также определения меню предприятий общественного питания. деятельности предприятия; методами оценки факторов и
	субъектов рынка

1.4 Особенности реализации дисциплины

Язык реализации дисциплины: .

Дисциплина (модуль) реализуется без применения ЭО и ДОТ.

2. Объем дисциплины (модуля)

Вид учебной работы	Всего, зачетных единиц (акад.час)	е
		1
Контактная работа с преподавателем:	0,28 (10)	
практические занятия	0,28 (10)	
Самостоятельная работа обучающихся:	1,72 (62)	
курсовое проектирование (КП)	Нет	
курсовая работа (КР)	Нет	

3 Содержание дисциплины (модуля)

3.1 Разделы дисциплины и виды занятий (тематический план занятий)

№ п/п	Модули, темы (разделы) дисциплины	Контактная работа, ак. час.							
		Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа				Самостоятельная работа, ак. час.	
				Семинары и/или Практические занятия		Лабораторные работы и/или Практикумы			
Всего	В том числе в ЭИОС	Всего	В том числе в ЭИОС	Всего	В том числе в ЭИОС	Всего	В том числе в ЭИОС		
1. Роль маркетинговых исследований в организации									
	1. Практическое занятие №1			2					
2. Измерение результатов маркетинговой деятельности									
	1. Практическое занятие №2			2					
3. Применение маркетинговых исследований для создания эффективного маркетинга организации.									
	1. Практическое занятие №3			2					
4. Источники информации для маркетингового анализа									
	1. Практическое занятие №4			2					
5. Маркетинговые решения по обеспечению роста и конкурентных преимуществ компании.									
	1. Практическое занятие №5			2					
	2.							62	
	Всего			10				62	

4 Учебно-методическое обеспечение дисциплины

4.1 Печатные и электронные издания:

1. Секерин В. Д. Инновационный маркетинг: Учебник(Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М").
2. Секерин В. Д. Инновационный маркетинг: Учебник(Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М").
3. Каменева Н. Г., Поляков В. А. Маркетинговые исследования: учебное пособие по специальности "Маркетинг"(Москва: Вузовский учебник).
4. Каменева Н. Г., Поляков В. А. Маркетинговые исследования: учебное пособие(Москва: Вузовский учебник).
5. Гришина В. Т. Маркетинговые исследования: Практикум(Москва: Вузовский учебник).

4.2 Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства (программное обеспечение, на которое университет имеет лицензию, а также свободно распространяемое программное обеспечение):

1. 9.1.1 Операционная система: Microsoft® Windows® Vista Business Russian Upgrade Academic OPEN No Level (Microsoft® Windows® XP) Лиц сертификат 45676576 от 02.07.2009, бессрочный
- 2.
3. 9.1.2 Офисный пакет: Microsoft® Office Professional Plus 2007 Russian Academic OPEN No Level Лиц сертификат 43164214 от 06.12.2007, бессрочный
4. 9.1.3 Антивирус: ESET NOD32 Antivirus Business Edition for 2750 users Лиц сертификат EAV-0189835462 от 10.04.2017;
5. Kaspersky Endpoint Security Лиц сертификат 2462170522081649547546 от 22.05.2017

4.3 Интернет-ресурсы, включая профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

1. Электронно-библиотечная система издательства «Лань». <http://e.lanbook.com/>
2. Электронно-библиотечная система «Айбукс.ру/ibooks.ru».
3. <http://ibooks.ru>
4. Научная электронная библиотека (eLIBRARI.RU) (<http://elibrari.ru.>);
5. Электронно-библиотечная система ZNANIUM.COM (ИНФРА-М). <http://www.znanium.com/>

5 Фонд оценочных средств

Оценочные средства находятся в приложении к рабочим программам дисциплин.

6 Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Учебная аудитория для самостоятельной работы:

№ 6-21 кабинет информатики

ул. Лиды Прушинской, зд.2 Специализированная мебель, доска учебная, экран настенно-потолочный Lumen 153*203, проектор Optoma DS211, персональный компьютер Intel Core 2 Duo E7300 в сборе – 13 шт., концентратор Ascor

Читальный зал отдела обслуживания по торгово - экономическим наукам научной библиотеки библиотечно - издательского комплекса Сибирского федерального университета

№ 3-05

ул. Лиды Прушинской, зд.2

Специализированная мебель; Рабочее место (Intel) Системный блок Intel Celeron D-326J 2.5, Монитор 19 Samsung 9430N Персональный компьютер Intel Core 2 Duo E7300 в сборе; Компьютер в сборе ROSCOM AMD - 10 шт.; Персональный компьютер Intel Core 2 Duo E7300 в сборе; Проектор Optoma DS211; Экран настенно-потолочный Lumen LMP 100109. Точка доступа D-Link DWL-7100 AP 802.11 b/g; Сканер - 2 шт.

Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа,

№ 4-46

ул. Лиды Прушинской, зд.2 Специализированная мебель, доска учебная, экран настенно-потолочный ScreenMedia 213*213, проектор Optoma DS211, ноутбук Samsung P - 528

Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа:

№ 2-29 Лаборатория технологического оборудования,

№ 2-24а Помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования

ул. Лиды Прушинской, зд.2 Специализированная мебель,

доска учебная, посудомоечная машина Elframo BD22DGT, картофелечистка imcVC7T, гриль Roller crill france, мясорубка TM-32, слайсер KAPMA Global LTD, взбивальная машина j-10RF, миксер Воронеж, жарочный шкаф Eksi.

Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа:

№ 2-04 Лаборатория производства кулинарной продукции,

№2-04а Помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования

ул. Лиды Прушинской, зд.2 Проектор мультимедийный, чайник электрический БРАУН, блендер Star, ванна моечная, весы SW 5 – 2 шт, кухонный процессор (куттер-овощерезка), мясорубка MEM 12 E – 2 шт, овоскоп ОП-10-111, пароконвектомат Bourgeois 0612, печь конвекционная XF 035 – TGAriana, растоячный шкаф XL 041 Lievox, структурометр СТ-1М, телевизор Samsung, шкаф холодильный S711, бак для мусора, гриль PANINI, гриль PSE-600 – 2 шт, миксер 55KPM 50WH/EWH (5л) – 2шт, плита кухонная электрическая ЭП-4жш – 4 шт, подставка под пароконвектомат, полка настенная ПК-500 – 2 шт, полка настенная ПК-600 – 2шт, полка настенная закрытая ПК 703 – 2 шт., стеллаж для кухни СК 203 – 2 шт, стол обеденный бук, стол производственный СРПЦ-102Ц – 2 шт, стол производственный СРПЦ-304А – 8 шт, стол разделочный производственный – 8 шт, стол этюд бук, фритюрница RF3S 3л – 2 шт.

Учебная аудитория для самостоятельной работы:

№ 6-21 кабинет информатики

ул. Лиды Прушинской, зд.2 Специализированная мебель, доска учебная, экран настенно-потолочный Lumen 153*203, проектор Optoma DS211, персональный компьютер Intel Core 2 Duo E7300в сборе – 13 шт., концентратор Asop

Зал нормативной литературы и специальных наук отдела об-служивания по торгово - эко-номическим наукам научной библиотеки библиотечно - издательского комплекса Сибирского федерального университета для самостоятельной работы:

№ 3-02

ул. Лиды Прушинской, зд.2

Специализированная мебель; МФУ Kyocera TASKalfa 180 (цифр.копир+принтер); Пере-плётная ма-шина «Термобиндер»; Персональный компьютер Foxconn TLA 397 в сборе; Рабочие место (Intel) Системный блок Intel Celeron D-326J 2.5Монитор 19Samsung9430N-3шт.; КомпьютераKraftwayCredoKC35; Компьютер в сборе ROSCOM AMD2- 2 шт.;Принтер HP Laser Jet 1018; Коммутатор L2 48*10/100 TX; Сканер контактный CIPHER для считывания штрихкодов - 2 шт.